

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Волхонов Михаил Владимирович

Должность: Врио ректора

Дата подписания: 05.09.2022 20:18:21

Уникальный программный ключ:

b2dc75470204bc2bfeec58d577a1b993ee273ea27399d45aa6c272df0810c6e81

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
"КОСТРОМСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ"

Согласовано:

Председатель методической комиссии
экономического факультета

Елена Владимировна
Королева

Подписано цифровой подписью:
Елена Владимировна Королева
DN: dc=int, dc=ksaa, ou=пв,
sn=Елена Владимировна Королева
Дата: 2022.06.08 20:26:00 +03'00'

/ Королева Е.В./

«08» июня 2022года

Утверждаю:

Декан экономического факультета

Надежда
Александровна
Середа

Подписано цифровой подписью:
Надежда Александровна Середа
DN: dc=int, dc=ksaa, ou=пв,
sn=Надежда Александровна Середа
Дата: 2022.06.15 19:36:13 +03'00'

/ Середа Н.А./

«15» июня 2022 года

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
МАРКЕТИНГ**

Направление подготовки/Специальность	<u>38.03.01 Экономика</u>
Направленность (профиль)	<u>«Финансы и кредит»</u>
Квалификация выпускника	<u>бакалавр</u>
Форма обучения	<u>очная, очно-заочная</u>
Срок освоения ОПОП ВО	<u>4 года, 4 года 6 месяцев</u>

Караваево 2022

1. Цель и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины «Маркетинг» является формирование умений и навыков применять теорию маркетинга для решения конкретных ситуаций.

Задачи дисциплины: формирование базовых знаний в области теории и практики маркетинга.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

2.1. Дисциплина (Б1.О.19 «Маркетинг») относится к обязательной части Блока 1 Дисциплины (модули) ОПОП ВО.

2.2. Для изучения данной дисциплины (модуля) необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

- История;
- Правоведение;
- Макроэкономика;
- Микроэкономика.

2.3. **Перечень последующих дисциплин**, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

- Менеджмент;
- Экономика организаций.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие компетенций: УК-1; УК-10; ОПК-3.

Категория компетенции	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Универсальные компетенции		
Универсальные компетенции	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИД-1 _{УК-1} Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие ИД-2 _{УК-1} Осуществляет поиск и критический анализ информации, необходимой для решения поставленной задачи ИД-3 _{УК-1} Планирует возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки ИД-4 _{УК-1} Определяет и оценивает последствия возможных решений задачи
	УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	ИД-1 _{УК-10} Знает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития ИД-2 _{УК-10} Понимает цели и механизмы основных видов государственной

		социально-экономической политики ИД-3 _{УК-10} Обосновывает принятие экономических решений, использует экономические инструменты и методы при выполнении конкретных задач и достижения поставленных целей
Общепрофессиональные компетенции		
Общепрофессиональные компетенции	ОПК-3. Способен анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне	ИД-1 _{ОПК-3} Понимает движущие силы и закономерности экономических процессов на микро- и макроуровне ИД-2 _{ОПК-3} Анализирует и интерпретирует данные о социально-экономических явлениях и процессах на микро- и макроуровне

В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ СТУДЕНТ ДОЛЖЕН:

Знать:

- основные методы классификации и оценки источников информации с точки зрения временных и пространственных условий их возникновения, соответствия для решения поставленной задачи;
- принципы и технологию поиска, сбора, отбора, обобщения и анализа информации,
- сущность системного подхода к решению профессиональных задач;
- понятийный аппарат экономической науки, базовые принципы функционирования экономики;
- основные термины и понятия, определяющие экономические процессы и явления на микро- и макроуровне.

Уметь:

- анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие;
- анализировать и систематизировать разнородные данные; синтезировать информацию, представленную в различных источниках;
- отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок, формировать собственные мнения и суждения, аргументировать свои выводы и точку зрения;
- определять и оценивать последствия возможных решений задачи;
- использовать основные положения и методы экономических наук при решении социальных и профессиональных задач;
- проводить анализ и интерпретацию данные о социально-экономических явлениях и процессах.

Владеть:

- навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками;
- навыками формирования возможных вариантов решения поставленной задачи, оценки их достоинств и недостатков, определения возможных последствий различных вариантов решений задачи;
- навыками использования основных положений и методов экономических наук при решении социальных и профессиональных задач;
- навыками анализа и интерпретации данных о социально-экономических явлениях и процессах на микро- и макроуровне.

4. Структура дисциплины

Краткое содержание дисциплины: Основы современного маркетинга. Основные концепции развития маркетинга. Система маркетинговой информации и маркетинговые исследования. Сегментация рынка. Товарная политика. Жизненный цикл товара. Маркетинговая среда. Ценовая политика. Каналы товародвижения. Продвижение товара. Международный маркетинг и маркетинг услуг.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетные единицы, 216 часа.

Форма промежуточной аттестации экзамен.